



汽车产业如何乘氢而起

中青报 中青网记者 张真齐

由于能源需求的日益增长,化石燃料消耗与二氧化碳排放量快速上升,清洁、低碳、安全、高效的能源变革已是大势所趋。

作为一种洁净的二次能源载体,氢能能够方便地转换成电和热,转化效率较高,有多种来源途径。今年3月发布的《氢能产业发展中长期规划(2021-2035年)》提出,到2025年,中国的可再生能源制氢量将达到10万至20万吨/年,2030年形成较为完备的氢能产业技术创新体系、清洁能源制氢及供应体系,2035年形成氢能多元应用生态,可再生能源制氢在终端能源消费中的比重将会明显提升。

不过,推动氢能安全、快速发展和应用,并不是一件轻而易举的事。作为国家科技应用的排头兵和经济发展的晴雨表,汽车产业正在成为氢能的重要实验场。

近日,由中国电动汽车百人会和浙江嘉兴市人民政府共同主办的2022中国(嘉兴)氢能产业大会召开。在中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟看来,氢能产业正处于从单一产品、单一产业、单一应用和单一城市的单向领域发展转向一体化发展的新阶段,未来前景非常广阔。

我们通过深度调研,发现氢能企业正从单一的销售、服务传统模式,转变为集产品销售、运营服务、制氢加氢于一体的集中解决方案模式。他说,单一城市发展氢能的模式也在发生变化,未来将有更多主力城市与其他城市形成区域一体化,协同发展氢能。

这些变化也在促进氢能产业的技术突破。张永伟表示,氢能产业正在从单一产品的技术突破和降本,转变为包括核心部件、制氢加氢在内的全产业链条一体化协同,这将推动风光氢储一体化的低碳综合能源新模式快速发展。

他认为,一旦发展氢能的关键技术得



近日,2022中国(嘉兴)氢能产业大会召开。本次大会举办了多项合作签约与发布仪式。

到突破,汽车行业乃至其他各行各业发展的痛点都将得以缓解,氢能应用将在更大范围内推广,有利于全球环境和资源问题的解决。

南方科技大学创新创业学院院长刘科认为,目前液体是最佳的能源载体形态。全球已有规模化的、成熟的液体基础设施、管路、游轮、加油站等燃料运输和加能基础设施,从科学和经济的角度出发,应当利用好这些基础设施。

他对记者说:甲醇和绿氨可作为氢能良好的液体载体,利用已有的运输管线和改造加油站,解决目前氢能运输和加注成本过高的产业痛点,实现氢能产业的快速、规模化发展。

中国工程院院士郑津洋非常关注氢能产业如何高质量发展这一议题。他表示,氢能输运装备的技术突破、降本提质是重点,目前面临着诸多挑战。

氢能想要快速打开市场,就要解决储量的问题。只有单台设备储氢量提升到吨级以上,才能更快地占领市场份额。郑津洋直言,此外,储氢设备的寿命要更长。目前氢瓶寿命是15年,未来希望能提高到30年,氢瓶寿命提升也可起到降低储氢成本的作用。

氢能产业的从业者们也在本次大会上分享了经验和看法。液化空气集团大中华区董事会主席路跃兵、国鸿氢能科技(嘉兴)股份有限公司副总经理刘志祥、上海重氢能源集团股份有限公司董事长兼总裁林琦等人

分别介绍了氢能在技术创新、重卡行业和长三角区域等情境下的应用现状和前景。

据悉,参会嘉宾围绕示范城市群氢能产业发展、政策协同和产业链分工合作、区域协同联动、嘉兴港区工业氢资源优势、打造跨长三角地区氢走廊、打造辐射长三角的氢能保障能力等话题进行了深入讨论。

产业链(氢能)党建工作交流会在同期举行。会上发布了《产业链(氢能)党建规范十条》和氢能产业链党建智慧应用管理平台,通过构建组织体系、健全联建机制,推进共建共享,引育创新人才,助力补链强链,以高质量党建助推氢能产业高质量发展。

嘉兴市副市长倪卫平表示,作为浙江省氢能资源最为丰富的地区之一,嘉兴已经组建了氢源供给保障平台,并正加快构建工业化板块与氢能板块的循环经济模式,依托先发优势,全力推动氢能装备制造及氢能应用场景推广。

本次大会还举行了长三角氢能产业链党建联建签约仪式,未来将聚焦氢能产业链、氢能电池研发、技术创新和品牌打造等各方面,引领绿色氢能产业发展。按照规划,嘉兴港区将打造成长三角氢能产业发展示范区,成为产业链建设和产业发展的双高地。

中国电动汽车百人会将持续助力优化区域产业生态,和汽车产业上下游一道,共同开启氢能合作的新篇章。张永伟说。

中青报 中青网记者 张真齐

当前,中国车市正在从增量市场转变为存量市场,汽车产业格局正在发生剧烈变革。在这种情况下,市场需要什么样的品牌,消费者需要什么样的产品,成为所有汽车从业者亟需思考的问题。对于上汽奥迪这位后来者而言,这些问题显得格外重要。

自2021年4月品牌亮相以来,上汽奥迪就吸引了很多人的关注。如今,一年半时间已经过去,上汽奥迪有了哪些成长,又准备做出哪些改变?近日,在上汽奥迪Q6交车仪式及特别版车型亮相活动上,上汽奥迪营销事业总经理贾鸣镝分享了自己的见解和思考。

贾鸣镝诠释上汽奥迪 创新路径



左图:上汽奥迪营销事业总经理贾鸣镝表示,上汽奥迪不仅要带给消费者品质卓越的高级汽车,还要带给他们全生态、全场景的优质出行服务。



右图:上汽奥迪Q6将给中国消费者带来高端家庭出行和商务出行的创新体验,对于上汽奥迪产品矩阵的完善和衔接,有着非常关键的意义。

的标准进行设计和打磨,最终将上汽奥迪Q6呈现在消费者面前。

贾鸣镝表示:我们希望通过上汽奥迪Q6这款产品,给中国消费者带来高端家庭出行和商务出行的创新体验。

据悉,上汽奥迪Q6搭载第四代EA888 2.0T高功率发动机,搭配智能quattro系统与DCC自适应动态悬挂系统。无论日常通勤还是长途自驾,该车都能满

足各类出行需求。

上汽奥迪Q6的座椅通风、加热、按摩等舒适性配置一应俱全,而标配全景天窗、豪华三区空调和Nappa真皮方向盘等细节上的配置,进一步增加了整车的舒适性和豪华感。

贾鸣镝介绍,上汽奥迪Q6的智能科技配置也达到了满配级别,丰富的移动互联网服务可满足用户的人车智能交互需求,

远程控制帮助车主实现车辆的随时掌控。

其中,LW HUD平视显示系统可将车辆行进过程中的信息清晰投射,而包含ACC全速域自适应巡航、车道保持辅助系统等配置的Audi AI Pro领航套装,则进一步提升了驾乘安全。

上汽奥迪Q6的推出,对于上汽奥迪产品矩阵的完善和衔接,有着非常关键的意义。贾鸣镝对记者说:在上汽奥迪前两款产品A7L与Q5 e-tron之后,新推出的Q6将起到承上启下的作用。这不仅丰富了上汽奥迪的产品矩阵,更对购车人群进行了更大层面的覆盖。

在贾鸣镝看来,A7L是国产豪华性能座驾的天花板,Q5 e-tron是国产豪华纯电SUV的天花板,而Q6则是国产6/7座豪华SUV的天花板,它们在产品力上达到了奥迪品牌的新高度。

的销量话题时,贾鸣镝表示,并不能简单用量去衡量上汽奥迪,未来汽车流通领域的转型才是重大挑战。

在接受记者采访的过程中,创新和转型是贾鸣镝提及最多的词语,也是眼下上汽奥迪积极布局和行动的重要方向。

作为一个诞生于新时代的豪华车品牌,上汽奥迪总是愿意在各方面做出新的尝试,用更新颖、更富魅力的方式去亲近用户。贾鸣镝直言,上汽奥迪不仅要带给消费者品质卓越的高级汽车,还要带给他们全生态、全场景的优质出行服务。

在活动现场,上汽奥迪与携程集团签署了合作协议,在车+旅行战略赋能下发挥各自优势,从内容、产品、场景、数据、会员5个方面为用户描绘个性化出行生态蓝图。

贾鸣镝透露,上汽奥迪的用户群正在打破传统品牌既有的圈层壁垒,呈现出前所未有的多元化趋势。从中层管理者、工程师、专业人士到创业者,再到年轻的新消费人群,都是上汽奥迪的目标用户。

贾鸣镝说:为了真正与用户连接,上汽奥迪选择突破传统。我们会聆听一些有

想法、有影响力的车主的建议,根据他们的构想,提供相应的资金和资源支持。我们希望用户不只是简单的消费者,更是品牌的参与者,上汽奥迪要和用户一起成长。

除了产品和营销宣传外,提高上汽奥迪品牌形象的另一个抓手是创新的渠道。数据显示,上汽奥迪在13个月里完成了90家左右直营门店布局,并在上海落地了全球最大的奥迪品牌旗舰店,进驻了上海。上汽奥迪的直销模式能让全国的产品达到统一、透明的价格,这样消费者就不需要在同一个城市多家上汽奥迪店进行比价和砍价了。贾鸣镝坦言,这种方式避免了很多销售和购买层面的消耗和内卷,效率会得到很大提升。

很多新品牌从成立到发展,都需要3年左右的时间进行积累和准备。我希望上汽奥迪能够在一年到两年完成蓄势,然后快速发展起来。贾鸣镝说,我们也将持续通过创新的产品和营销模式,打造奥迪未来的全新品牌形象。



汽车消费投诉与新闻线索提供,请关注微信公众号,给我们留言,消费维权邮箱:autoctyd@126.com

不造拿来主义的产品

早在2017年上汽奥迪项目刚刚成立的时候,我们就确定了不做代工工厂、不做拿来主义的产品模式。贾鸣镝回忆说,彼时上汽奥迪就在思考,5年之后,中国车市需要一款什么样的产品。

他透露,在当时的豪华汽车市场中,高端SUV和MPV比较少,因此引入一款6座或7座SUV车型,无疑是一个不错的选择。

随后,上汽奥迪依靠奥迪在德国的专业技术团队,按照严苛的标准,从技术、调校、选材到用料,按照奥迪旗舰陆地专机

11月飞凡R7交付数据出炉

飞凡汽车竞逐高端智能电动车赛道



今年以来,中国新能源汽车产销量呈现高速增长态势。1-10月,新能源汽车产销量分别完成548.5万辆和528万辆,同比均增长1.1倍。新能源汽车市场占有率攀升至24%,已迈入市场驱动为主的规模化、高质量快速发展新阶段。

其中,高端市场更是兵家必争的重点市场。一方面,互联网科技公司跨界跻身造车新势力,加快步伐抢占赛道、争夺人才;另一方面,国内车企纷纷推出新能源车独立品牌,以独立公司的方式进行运营,并赋予其更高的自主权,努力在行业大变革中抢占先机。

2021年10月,飞凡汽车作为上汽集团打造的高端新能源汽车品牌,正式对外公布。一个月后,独立运营的飞凡汽车科技有限公司正式成立。上汽集团表示,飞凡汽车以独立公司的方式进行市场化运作,探索运用创新的公司运营方式、商业运作模式和市场化激励机制,打造创新发展新引擎,推动自主品牌品牌向上。

随着飞凡汽车首款车型极智高阶纯电SUV飞凡R7的上市,飞凡汽车也成为高端智能电动车赛道上的重要竞争者。近日,飞凡R7公布了首个整月销量数据。2022年11月,飞凡R7共交付1501台,跻身中大型纯电SUV第一梯队。作为独立运营仅一年的年轻品牌,飞凡汽车起步即非凡,充分彰显了大厂的底蕴,获得终端市场及用户的高度认可。



上半场,智能化是下半场。而智能化,正是飞凡R7使出的杀手锏。

飞凡R7的RISING MAX 3+1巨幕,由43英寸宽幅真彩三联屏和华为视觉增强AR-HUD平视系统组成。

该车的仪表盘、中控屏、副驾屏采用了43英寸宽幅真彩三联屏。中控屏是15.05英寸的超大AMOLED超清屏,拥有2.5K高分辨率、200PPI高像素密度、180°超广可视角及60Hz高刷新率,触控反应流畅,可以让驾乘者享受到绝佳的视觉体验。10.25英寸仪表盘与12.3英寸副驾屏采用了先进的MiniLED,画质清晰,带来一流的视觉感官体验。副驾屏可以通过蓝牙单独连接,实现独立的影音娱乐视听体验。

为了给用户打开全新视野,飞凡汽车与华为联手,让飞凡R7拥有了高达13°x5°的视角,更有1920x730高分辨率,可更直观地显示车道级实景导航、实时ADAS等信息。同时,其还拥有网红景点等POI信息推荐,以及驻车环境下的巨幕观影功能。

长期以来,界面繁琐、操作卡顿都是用户对智能车机诟病的核心槽点。飞凡R7的RISING OS智能交互系统通过“零思考”的直觉交互设计,让车机操作更直观,操作界面可见即可点,语音助手可见即可说。基于高通骁龙8155车规级旗舰芯片,用户还可感受到四屏信息联动的趣味交互体验。

飞凡R7的RISING PILOT全融合高阶智驾系统,配合行业首创的Full Fusion全融合算法,全方位为用户带来感知结果更快、更安全和更高置信度的高阶智驾体验。

作为推动汽车市场向前的“火车头”,新能源汽车是众多汽车品牌争相布局、展现创新实力的重点领域。

凭借雄厚的技术底蕴和造车经验,以及对未来市场的深刻洞察与研判,飞凡汽车正凭借强大的体系力和产品力,更加从容地应对新的变化与挑战。同时,飞凡R7首个完整月的高质量交付成绩,让其成功跻身中大型纯电SUV第一梯队,也为上汽集团自主品牌品牌向上,走好了第一步。

短期内,飞凡汽车将着眼于高质量交付,夯实品牌口碑;而从长期来看,飞凡汽车也将回归本真的品牌核心价值,持续加大在技术研发和渠道建设方面的投入,真诚地倾听用户的声音,以厚积薄发的方式,为用户带来更多兼具极智科技质感和品质舒适体验的智能电动车产品。

强大体系力驱动用户体验升级

在汽车行业,体系能力通常被视为一家企业实力的体现,也是产品品质的保证。在智能新能源车市场的激烈竞争中,作为后来者的飞凡汽车能够快速成长,背后正是完善且强大的体系能力。

作为国内老牌汽车集团,上汽集团拥有雄厚的技术积累、丰富的研发制造经验、完善的供应链体系、成熟的销售服务体系。在上汽集团强大体系力的赋能下,飞凡汽车快速建立起自身的研发体系,设立了设计、智驾、数智、智电四大共创中心,一面全力推动自主研发技术,一面依靠上汽集团的长期技术积淀,共创极智可靠的新能源车型。

除了依托上汽集团快速建立自研+共创体系,飞凡汽车还与“铁杆朋友圈

强强联合,持续发力智驾赛道。目前,飞凡汽车已经与NVIDIA、ZF、HELLA、LUNIMAR等全球智能驾驶标杆技术企业确立了研发和量产的战略合作关系。这些经验、资源的汇集,让飞凡汽车拥有了更加强大的竞争力。

依托共创模式,飞凡汽车跑出了非凡速度,快速在技术、服务等多个领域实现创新突破。

技术上,基于SOA软件平台技术底座打造,飞凡R7交付即享行业领先自定义场景化模式。基于SOA软件平台技术底座,飞凡汽车开放车辆部分硬件的功能调用权利,与用户共创个性化智能座舱,普通小白用户可以通过飞凡App开发个人专属的智能座舱自定义场景,专业人士可以通过SOA开发者平台进行生态应用的开

发,并在未来实现交易营收。

为了给用户带来更好的服务体验,飞凡汽车正在积极投建交付体验中心和补能生态。截至目前,飞凡汽车已在全国布局197家品牌销售网点、18家交付中心、114座品牌充电站、1100多座权益充电站,接入超过54万根第三方充电桩。

同时,为了消除补能焦虑,不断拓展出行半径,飞凡汽车还计划在全国投建综合能源服务站,该站同时具有充、换电服务功能,主要围绕上海、北京、广州、深圳、成都等一线城市,并逐渐下沉至二三线城市。

按照规划,飞凡汽车综合能源服务站将在2023年达到300家;到2025年,规模将超过3000家。9月22日,首个飞凡换电优选体验站已在上海安亭交付中心投建。

飞凡R7彰显大厂实力

除了在设计、服务等领域创领市场,飞凡R7持续获得用户追捧与肯定,更离不开领先的产品力。

作为飞凡汽车首款旗舰车型,飞凡R7充分彰显了大厂实力。RISING MAX 3+1巨幕、RISING OS智能交互系统、Full Fusion全融合算法等软硬件实力持续种草消费者。

在首批飞凡R7车主中,性能高阶版成为最受欢迎的车型;另有超过六成用户选装豪华尊贵包,平均订单金额超过32万元。为了更好地诠释高阶智能纯电移动空间,飞凡R7在产品配置上可谓下足了功夫。

在新能源汽车市场竞争中,电动化是

(信息来源:飞凡汽车) 广告